



特集

●2025 年版マーケティング・リサーチ産業 VISION を発表

TOPICS

●開催報告：JMRA アニュアル・カンファレンス 第2回

●リサーチ・イノベーション委員会データサイエンス研究会報告書「統計的因果推論」を公開

Vol.97

2025/11/18 配信

晩秋の風に冬の気配を感じる季節となりました。街にはイルミネーションが灯り、今年も残りわずかだと実感する頃です。皆さま、いかがお過ごしでしょうか。

消費の動きが活発になるこの時期は、マーケティング・リサーチにとっても重要なシーズンです。ホリデー商戦や年末需要を前に、生活者の意識や購買行動の変化を読み解く動きが活発化しています。データの先にある「人の気持ち」をいかに捉えるかが、リサーチの価値を左右する局面といえるでしょう。

先月のアニュアル・カンファレンスでは、50周年を機に掲げた新しい産業 VISION「ありたい未来を創る探究主体として 人を・企業を・社会をインスパイアする」が発表されました。本号では、この VISION を特集し、次の 50 年に向けたリサーチの方向性を探ります。

どうぞ温かい飲み物とともに、今号もゆっくりとお読みください。

[メルマガ登録について詳しくはこちら](#)

特 集

2025年版マーケティング・リサーチ産業 VISION を発表

ありたい未来を創る探究主体として
人を・企業を・社会をインスパイアする

2025 年版マーケティング・リサーチ産業 VISION を発表

ありたい未来を創る探究主体として

人を・企業を・社会をインスパイアする

第1回レポートの五十嵐会長開会メッセージダイジェストに続き、今回は新たに策定されたマーケティング・リサーチ新産業ビジョン『ありたい未来を創る探究主体として 人を・企業を・社会をインスパイアする』について、新産業ビジョン策定委員会からの発表内容をご紹介します。

現在のマーケティング・リサーチを取り巻く環境の変化を捉え、その中で我々がどうあるべきか、あるべき・ありたい姿を新産業ビジョンにメッセージとして込めたものです。

今回は、「これからの産業を担っていく世代メンバー」が集まり、約1年の議論を続けて導き出した「2025 年版のマーケティング・リサーチ新産業ビジョン」です。

ぜひご覧ください。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS

JMRA Annual Conference 2025

開催報告 第2回（全3回）

Next DepARTure —これまでの50年、これからの50年—

開催報告：JMRA アニュアル・カンファレンス

第2回（全3回）

「2025 年版マーケティング・リサーチ産業ビジョン」

策定の背景そのおもしろいとは

10月2日（木）、明治記念館（東京都港区）で開催された「JMRA アニュアル・カンファレンス 2025」には、800名を超える参加者が集まりました。

なかでも注目を集めたセッションの一つが、「～新ビジョン策定～ 人を・企業を・社会をインスパイアする産業への進化」です。本セッションでは、これからの業界を担う30～40代を中心に構成された「マーケティング・リサーチ産業 VISION 策定委員会」が策定した「2025 年版マーケティング・リサーチ産業ビジョン」について、その背景や込められたおもしろいことが紹介されました。

本レポートでは、セッション前半にフォーカスし、新ビジョン策定の背景をダイジェストでお届けします。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS

リサーチ・イノベーション委員会
2025年度 データサイエンス研究会報告

「統計的因果推論」

リサーチ・イノベーション委員会データサイエンス研究会 研究会報告書「統計的因果推論」を公開しました

JMRA リサーチ・イノベーション委員会のデータサイエンス研究会では、第3期の研究テーマとして「統計的因果推論」を取り上げ、その報告書を公開しました。

本メルマガ読者の皆さんは、リサーチ結果からある変数間の相関関係が導かれたとしても、それが必ずしも因果関係を裏付けるものではないことを十分にご承知かと思います。しかし、マーケティング活動や政府・自治体の意思決定過程などにおいて、疑似相関を排した厳密な検証を行わないまま安易に「相関あり＝因果関係あり」とみなし、調査の発注者が期待する(であろう)結論に結びつけがちな誘惑が働くことがないと言い切れないケースもあるのではないのでしょうか。また逆に、「無相関なら独立(無関係)だ」が正しくないことも重要です。

本研究会では、マーケティング・リサーチの実務に統計的因果推論を導入する前提条件や基本的なアイデアについて、機械学習を活用したモデルで実証実験を行い、施策効果の測定手法などの応用事例を示しました。多くのリサーチャーの皆さんの参考にしていただけることを期待しています。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS



開催報告:APRC サミット会議・カンファレンス 2025
50周年×国際協働、新時代のスタートラインへ

JMRA 創立 50 周年記念カンファレンスと連動して、APRC (Asia Pacific Research Committee) のサミット会議(総会)が 10 月 1 日に開催され、翌 2 日のカンファレンスでは、APRC セッションとして 5 本のプレゼンテーションが発表されました。

コロナ禍を経て、対面形式のイベントで多数の海外参加者・登壇者をお迎えするのはおよそ 10 年ぶりとなりました。日本ならではの「おもてなし」に対して高い評価をいただくとともに、カンファレンス会場にも多くの来場者をお迎えし、盛況のうちに充実した成果を収めることができました。なお、APRC セッションの記録動画およびプレゼンテーション資料は、JMRA のウェブサイトにて公開しております。ご参加になれなかった方も、ぜひご覧ください。また、次回の APRC カンファレンスは、2026 年 8 月 19 日～20 日にタイ・バンコクにて開催される予定です。

[詳しくはこちら](#)

TOPICS

ESOMAR『Global Market Research 2025』レポート：

グローバル市場の動向 —成熟化と並行する多様化



ESOMAR『Global Market Research 2025』レポート

グローバル市場の動向—成熟化と並行する多様化

2025 年 9 月、Esomar より『GMR (Global Market Research) 2025』と『GRS (Global Research Software) 2025』が公表されました。

2024 年度の世界のインサイト産業市場規模は 1,533 億ドルに伸長(前年比名目 8.1%増)、リサーチソフトウェア(データ分析)部門が+11.5%で引き続き成長を牽引し、ビジネスサービス(レポートティング)部門も+8.1%と堅調でした。

従来型の市場調査部門は成熟化し、低成長ながらも着実さを示しています(注:名称がいくつか変更されています)。部門間の境界はさらに曖昧になり、市場調査会社の売上高のうち、31%がリサーチソフトウェアに、7%がビジネスサービスに、それぞれ「越境」していることが判明しており、今後も AI の普及がこの傾向を助長するものとみられています。

GRS レポートでは、AI や自動化を駆使したアジャイル手法が主流になり、スピードと即応性が競争力の核心となる一方で、品質管理の仕組みがますます重要になっていること、シンセティック（合成）データがいよいよ実用段階に入ってきていることが報告されています。

[詳しくはこちら](#)

連 載

JMRA マーケティングデータ・ストレージ ピックアップセレクション

最近 JMRA マーケティングデータ・ストレージに掲載された会員社の自主調査から、ウェブ・メルマガ委員会が精選した自主調査をご紹介します。

今月の注目調査

●「日焼け止め」使用実態調査

(2025.10.01 (株)ジャパン・マーケティング・エージェンシー)

生活者の UV ケア商品の選び方や使い方の変化についてグループインタビューを実施した内容を公開しています。

日焼け止めの使用実態だけでなく、スキンケアやメイクアップ用品との購買意識の違い、そして SNS をきっかけにした購買行動なども深掘りしています。

今月の注目調査

●主食についてのアンケート

(2025.10.14 (株)マーケティング・リサーチ・サービス)

昨今の米の価格高騰による主食の変化についてアンケートを実施しています。約 3 割の人が、米の価格高騰により白米を食べる頻度または量が減少、また、「ブレンド米（備蓄米など）」を新たに買うようになった人が約 4 割にのぼるなど、消費者に影響が及んでいることがわかります。

[詳しくはこちら](#)
(JMRAマーケティングデータ・ストレージ)

[詳しくはこちら](#)
(JMRAマーケティングデータ・ストレージ)

What's happened?

おすすめ記事をピックアップしてご紹介



今月の注目記事

●行動データでは見えない顧客の「本音」を引き出す！
Algoage が提唱するチャットマーケティングの全貌

詳しくはこちら
(外部サイト:MarkeZine)



今月の注目記事

●マーケティング戦略は「現状分析」が 8 割。
リクルート時代の“しくじり”で学んだ、戦略を考える 5 ステップ

詳しくはこちら
(外部サイト:MarkeZine)

教育講座・セミナー案内



マーケティング・リサーチ ステップアップコース
～統計的データ分析の基礎講座～
2025 年 11 月 26 日 (水)

●マーケティング・リサーチ ステップアップコース

～統計的データ分析の基礎講座～

本講座では、まず統計手法を用いたデータ分析において基礎知識として必要となる「尺度の種類」について触れます。統計的データ分析では扱うデータの尺度によって制限が生じます。そこで、簡単に「尺度の種類」と、尺度の種類により可能となるデータ分析法について解説します。このような基礎知識を習得した上で、1 変量(ひとつのデータ)の分布の読み取り方と、2 変量(2 つのデータ)以上の関係についての「クロス集計」、「相関」(各種の「相関係数」)等を学習します。

また、分布の特性等の読み取り(「ファインディング」)を行う時、分布や平均値等に差があるかどうかを分析者の判断のみに依存すると、往々にして分析者によって異なる判断となる恐れがあります。そこで、カテゴリー数が 2 つずつの 2 変数のクロス集計表を事例に、「検定」の基本的考え

方と手法についても学習します。

本講座は、マーケティング・リサーチの計画担当者、集計担当者、分析担当者にぜひお薦めしたい内容です。

・日程:2025 年 11 月 26 日(水)10:00～17:00

・会場:JMRA 研修室(会場集合型対面形式)

詳しくはこちら



●AI・イノベーションセミナー 第3回

生成 AI の登場から 3 年が経過し、自然言語を自在に操る「思考・表現変換機械」としての生成 AI は、リサーチ業務のみならず文章作成や画像・動画編集など、多方面に驚異的な変革をもたらしています。その一方で、新しい AI サービスがリサーチ業務に求められる精度や品質を十分に満たしているかといえば、まだ評価の難しい段階にあります。先日の JMRA カンファレンスでファミリーマート社が示した「AI の前に自動化・省力化の整理が必要」という指摘は、業界全体にとって重要な視点です。

今回の第 3 回 AI・イノベーションセミナーでは、リサーチ・イノベーション委員会の佐藤哲也理事が登壇し、10 月 2 日に開催された JMRA アニュアル・カンファレンス 2025 の振り返りを通じて、生成 AI や DeepLearning からのアウトプットの扱いを含めた最新の潮流を理論軸から再考し、AI とリサーチの関係を整理します。

・日程:2025 年 12 月 4 日(木)12:00～12:45 (無料)

・会場:Zoom ミーティング

詳しくはこちら
(外部サイト:Peatix)



●AI 情報交流会(2025 年 12 月・第 9 回)

AI 情報交流会は、JMRA インターネット調査品質委員会が主催する「AI の活用と今後の業界」について語り合う情報交流会です。

今回は、大日本印刷(DNP)様から、仮想生活者(ペルソナ)と深い対話ができるツールである「ペルソナインサイト」のご紹介をいただく予定です。

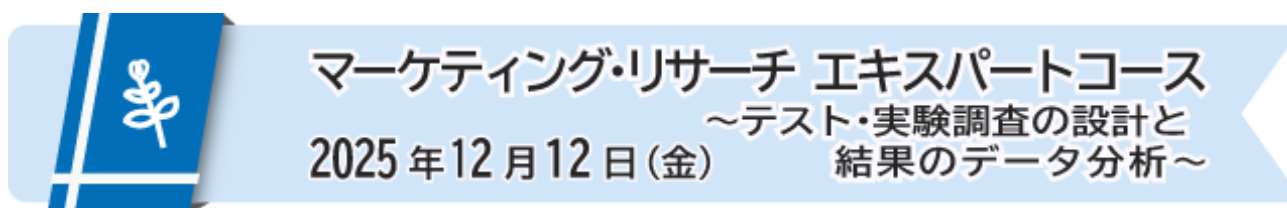
また、AI ペルソナやシンセティックデータに関する最新の動向を共有しながら、AI によって生成された仮想データをどのように活用できるのか、業界のリサーチャーのみなさまと一緒に考えていきたいと思います。ぜひお気軽にご参加ください。

* 本交流会は、「生成 AI」に限らず広く「AI」全体をテーマとしていくため、今回より名称を「生成 AI 情報交流会」から「AI 情報交流会」へと変更しました。

・日程:2025 年 12 月 10 日(水)18:30～ (無料)

・会場:Zoom ミーティング

詳しくはこちら
(外部サイト:peatix)



●マーケティング・リサーチ エキスパートコース

～テスト・実験調査の設計と結果のデータ分析～

本講座では、テスト・実験調査の様々な構成要素に関わる計画立案の方法を学習します。さらに、各種のテスト・実験の結果から得られた様々なデータの分析手法も学習します。

テスト・実験調査に関わるこれらの学習によって、目的に即したテスト・実験調査の妥当な計画立案が可能となるとともに、得られたデータから目的に即した信頼できる結果を検出することが可能になるでしょう。

このことは、テスト・実験調査を発注するクライアントの担当者には必須の知識であるとともに、受注する側の調査会社の方にとっても、クライアントと協力してよりよいテスト・実験調査計画立案の助言を行い、妥当な実施を行い、結果から有用な情報を検出・提供する手助けとなるでしょう。そのため、クライアント・調査会社双方のテスト・実験調査の計画・実施・分析担当者に、ぜひ受講することをお薦めします。

・日程:2025 年 12 月 12 日(金)10:00～17:00

・会場:JMRA 研修室(会場集合型対面形式)

詳しくはこちら



定性調査 分析力を養う実践講座

2026 年 1 月 7 日(水)・14 日(水)・21 日(水)・28 日(水)

●定性調査 分析力を養う実践講座

AI を活用した発言の整理・要約が可能になりつつあり、分析作業の効率をあげることが期待されています。

一方で、人の内面の深いところや自分も他人も気付かないインサイトを解明するためには、人間の分析や解釈が必要です。

本講座では、定性データを整理・読み解いて、クライアントのアクションに繋がる情報に導く「定性調査の分析」を、体験を通して学びます。

・日程:2026 年 1 月 7 日(水)、14 日(水)、21 日(水)、28 日(水) 各日 13:00～17:00

・会場:Zoom ミーティング

詳しくはこちら

お知らせ

JMRA では、市場調査業界のドメイン拡張と関連業界とのコラボ促進を目指し、さまざまなイベントへの出展・後援を行っています。

今後も各主催団体と連携し、共同研究発表など、お互いのコンテンツをジョイントしていける場を拡張していく予定です。

開催報告:HMICカンファレンス2025

●JMRA 後援イベント開催報告:HMIC Conference 2025

2025 年 10 月 28 日に、御茶ノ水ソラシティにおいて「HMIC カンファレンス 2025(第 8 回)」が開催されました。「戦略はインサイトに従う」をテーマとして、現場の声を踏まえた実践的なインサイト活用について、多様な講演と意見交換が行われました。

また、業界を越えた約 130 名の参加者による活発な交流も展開されました。

詳しくはこちら
(外部サイト:HMIC)

●JMRA が後援するイベントのご案内

日本世論調査協会研究大会 11/21 (金)

公益財団法人
日本世論調査協会

WAPOR Asia Pacific 2025 Conference 11/22 ~ 23 (土・日)

【日本世論調査協会研究大会 / WAPOR Asia Pacific 2025 Conference のご案内】

日本世論調査協会では調査研究活動の一環として研究会を開催して会員による研究発表を公開しています。また、今年は世論調査分野の国際的な学術団体である世界世論調査協会 (World Association for Public Opinion Research: WAPOR) のカンファレンスが日本で行われます。

- ・名称:2025 年度世論調査協会研究大会
- ・日程:2025 年 11 月 21 日(金)10:00~17:00
- ・名称:WAPOR Asia Pacific 2025 Conference
- ・日程:2025 年 11 月 22 日(土)9:00~17:30、23 日(日)9:00~16:00
- ・会場:立教大学池袋キャンパス

詳しくはこちら
(外部サイト:日本世論調査協会)

●12 月号は 12 月 16 日(火)発行予定です

- ◆このメールはメルマガをご登録されている方に配信しています。
- ◆配信停止を希望される方は [こちら](#)よりお願いいたします。
- ◆このメールは送信用アドレスから配信しているため、ご返信いただいてもお答えできませんのでご了承ください。
- ◆プライバシーポリシーは [こちら](#)をご覧ください。
- ◆配信元: 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会
〒101-0044 東京都千代田区鍛冶町 1-9-9 石川LKビル 2 階
<https://www.jmra-net.or.jp/>
office@jmra-net.or.jp

あなたの中に未来がある。